



## Résultats Annuels 2013

### Résultats 2013 : Une année record

Revenu :	6 953 Mds €
Marge Opérationnelle* :	+40 pb (16,5%)
Résultat Net part du groupe* :	816 M€

**Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe déclare :**

« Nous avons réalisé d'excellentes performances, en avance sur la plupart de nos objectifs 2013. Ayant bien anticipé le basculement des investissements dans le digital, le numérique représente désormais 38,4% de nos revenus avec un taux de croissance organique de 13,9% sur l'année. Pour le seul 4<sup>ème</sup> trimestre, le revenu issu du digital représente 40,4% du revenu du groupe (et une croissance organique de 20,1%). Le taux de marge opérationnelle en amélioration de 40 points de base, à 16,5%, est une démonstration solide de notre modèle économique (malgré une croissance organique modérée de 2,6%). Les autres indicateurs sont tout aussi satisfaisants avec une augmentation à deux chiffres du Free Cash-Flow (+19,0%) ou du Résultat net part du groupe (+11,5%). Comme nous nous y étions engagés, le taux de distribution du dividende atteindra 30%. Seule petite ombre au tableau, la croissance organique du 4<sup>ème</sup> trimestre, qui a souffert d'annulations ou de décalages de campagnes, en particulier dans les marchés émergents. Notre portefeuille de clients, avec une surpondération dans le luxe, nous a sans doute davantage exposés que le marché. Ce trou d'air ponctuel ne remet nullement en cause notre plan de croissance, en particulier pour 2014. ZenithOptimedia prévoit pour l'année en cours une croissance des investissements médias de l'ordre de 5,3%, ce qui situerait la progression des revenus des agences à environ 3,5%. Avec un New Business de 4,5 milliards de dollars en 2013, une position exceptionnelle dans le numérique, nous abordons l'année 2014 avec confiance, un dynamisme redoublé et la volonté de poursuivre notre programme de croissance et d'amélioration des marges. Les travaux du projet de fusion progressent régulièrement : nous sommes engagés dans un long processus d'autorisations administratives qui se déroule sans heurt. Je tiens à remercier tous nos clients pour leur soutien et leur confiance et tous nos collaborateurs à travers le monde pour la qualité de leur travail et leurs efforts. »

\* Hors coûts liés au projet de fusion

## PRINCIPAUX INDICATEURS 2013

Millions d'euros (sauf BNPA et Dividende)

▪ Revenu	6 953	+5,2%
▪ Croissance organique		+2,6%
▪ Marge Opérationnelle*	1 145	+7,8%
▪ Taux de marge opérationnelle* (2012 : 16,1%)	16,5%	
▪ Résultat net part du Groupe*	816	+11,5%
▪ BNPA** (euros)	3,64	+9,0%
▪ Free Cash-Flow***	901	+19,0%
▪ Dividende**** (euros)	1,10	+22,2%

\* Hors coûts liés au projet de fusion

\*\* BNPA dilué

\*\*\* Avant variation du Besoin en Fonds de Roulement mais y compris coûts de fusion

\*\*\*\* Mis en paiement le 3 juillet 2014 sous réserve de l'approbation de l'Assemblée Générale des actionnaires du 28 mai prochain

Le Conseil de Surveillance de Publicis Groupe réuni le 12 février 2014, sous la présidence de Madame Elisabeth Badinter, a examiné les comptes de l'exercice 2013 présentés par Monsieur Maurice Lévy, Président du Directoire.

## PRINCIPAUX CHIFFRES CLES

### Données extraites du compte de résultat consolidé

En millions d'euros, à l'exception des % et des données par action (en euros)

	2013	2013*	2012**	2013* / 2012**
<b>Données extraites du compte de résultat</b>				
Revenu	6 953	6 953	6 610	5,2%
Marge opérationnelle avant amortissements	1 227	1 265	1 188	6,5%
<i>En % du revenu</i>	17,6%	18,2%	18,0%	
Marge opérationnelle	1 107	1 145	1 062	7,8%
<i>En % du revenu</i>	15,9%	16,5%	16,1%	
Résultat opérationnel	1 123	1 161	1 045	11,1%
Bénéfice net (Part du Groupe)	792	816	732	11,5%
Bénéfice net par action <sup>(1)</sup>	3,67	3,79	3,64	4,1%
Bénéfice net par action (dilué) <sup>(2)</sup>	3,54	3,64	3,34	9,0%
Dividende attribué à chaque action	1,10	1,10	0,90	22,2%
Free cash-flow avant variation du besoin en fonds de roulement	901		757	19,0%
<b>Données extraites du bilan</b>				
	<b>31 décembre 2013</b>		<b>31 décembre 2012**</b>	
Total de l'actif	17 111		16 605	
Capitaux propres, part du Groupe	5 094		4 614	

\*Hors coûts liés au projet de fusion

\*\*Conformément à la norme IAS 19 révisée applicable au 1<sup>er</sup> janvier 2013, les informations comparatives de l'année 2012 ont été retraitées (cf note 1.1 de l'annexe des comptes consolidés). L'impact sur la marge opérationnelle 2012 est de -2 M€, de -5 M€ sur le résultat net part du Groupe et de 1 M€ sur les capitaux propres part du Groupe.

<sup>(1)</sup> Le nombre moyen d'actions utilisé pour le calcul du bénéfice net par action s'élève à 215,5 millions d'actions pour l'exercice 2013 et 201,0 millions d'actions pour l'exercice 2012.

<sup>(2)</sup> Le nombre moyen d'actions utilisé pour le calcul du bénéfice net par action (dilué) s'élève à 224,4 millions d'actions pour l'exercice 2013 et 224,1 millions d'actions pour l'exercice 2012. Il comprend les stock-options et les actions gratuites, les bons de souscription d'actions et les emprunts convertibles ayant un effet dilutif. Pour ce qui est des stock-options et des bons de souscription d'actions, sont dilutifs ceux dont le prix d'exercice est inférieur au cours moyen de la période.

➤ **Revenu 2013 : + 5,2%**

Le revenu consolidé de l'exercice 2013 s'est élevé à 6 953 M€ contre 6 610 M€ pour la période équivalente 2012, en hausse de 5,2% et de 2,6% en organique (les effets de change ont un impact de 237M€, les monnaies de certains pays en développement s'étant fortement dépréciées).

Exprimé en dollars US, le revenu est de 9 232 M\$, soit une hausse de + 8,7%.

La croissance organique, en retrait par rapport à celle observée pour les neuf premiers mois de l'année (+3,3%), a été freinée par la situation économique européenne et par la confirmation du ralentissement des économies émergentes, en particulier de la Chine, déjà perceptible au 3<sup>ème</sup> trimestre, et aggravée par certaines décisions du gouvernement qui ont pesé sur les investissements publicitaires de nos clients internationaux, entraînant des annulations ou des reports de campagnes.

Le revenu des pays dits à forte croissance représentent 24,4% du revenu total (25,5% en 2012) en raison de l'augmentation des volumes dans les pays « matures », suite à l'acquisition de LBi présent essentiellement en Europe du Nord et des ralentissements conjoncturels de certains pays émergents.

Conformément aux objectifs stratégiques du Groupe, les efforts et investissements dans les activités numériques enregistrent une très forte croissance (+13,9% en organique), ce qui porte leur part à 38,4% du revenu total du Groupe.

De manière générale, on note la poursuite de l'attrition des activités analogiques dans les économies développées, ainsi que montre le tableau ci-dessous :

	Europe*	Amérique du Nord	BRIC+MISSAT**	Reste du Monde	Total
<b>Digital</b>	10,0%	+13,1%	+20,1%	+38,9%	<b>+13,9%</b>
<b>Analogique</b>	-5,2%	-3,1%	-1,5%	+1,5%	<b>-2,9%</b>
<b>Total</b>	-1,6%	+4,7%	+1,0%	+6,8%	<b>+2,6%</b>

\* Europe hors Russie et Turquie

\*\*MISSAT : Mexique, Indonésie, Singapour, Afrique du Sud, Turquie

**- Répartition du revenu 2013 par zone géographique**

(en millions d'euros)	Revenu		Croissance Publiée	Croissance Organique
	2013	2012	2013/2012	2013/2012
Europe*	2 060	1 881	+ 9,5%	-1,6%
Amérique du Nord	3 303	3 146	+ 5,0%	+ 4,7%
BRIC+MISSAT**	918	892	+ 2,9%	+ 1,0%
Reste du monde	672	691	-2,7 %	+ 6,8%
<b>Total</b>	<b>6 953</b>	<b>6 610</b>	<b>+5,2%</b>	<b>+2,6%</b>

\*Europe : hors Russie et Turquie

\*\*MISSAT : Mexique, Indonésie, Singapour, Afrique du Sud, Turquie

- **Europe** (hors Russie et Turquie) : Bien que négative, la zone montre des signes encourageants avec une légère amélioration de la France (-0,4% de croissance organique), et les croissances du Royaume-Uni (+ 1,4%) et de l'Allemagne (+3,6%). Croissance également de l'Europe centrale (+2,6%) et de la Russie (+3,1%). Seuls les pays d'Europe du sud sont en baisse sensible (-11,3%).
- **Amérique du Nord** : Bonne croissance de +4,7% pour l'année 2013, essentiellement grâce au digital et aux activités media.
- **BRIC et MISSAT** : La faible croissance (+1%) reflète le recul de l'activité économique au 4<sup>ème</sup> trimestre, déjà observé au 3<sup>ème</sup> trimestre.
- **Reste du monde** : Bonne croissance de +6,8% (Australie +5,0%, Colombie +9,3%, Malaisie -3,7%, Corée du Sud -7,6%).

## Revenu du 4<sup>ème</sup> trimestre 2013

### - Répartition du revenu du 4<sup>ème</sup> trimestre 2013 par zone géographique

(en millions d'euros)	Revenu		Croissance Publiée	Croissance Organique
	4 <sup>ème</sup> trimestre 2013	4 <sup>ème</sup> trimestre 2012	T4 2013 / T4 2012	T4 2013
Europe*	621	573	+8,4%	+0,1%
Amérique du Nord	848	834	+1,7%	+2,4%
BRIC+MISSAT**	267	287	-7,0%	-5,9%
Reste du monde	191	205	-6,8%	+4,8%
<b>Total</b>	<b>1 927</b>	<b>1 899</b>	<b>+1,5%</b>	<b>+0,7%</b>

\*Europe : hors Russie et Turquie

\*\*MISSAT : Mexique, Indonésie, Singapour, Afrique du Sud, Turquie

Comme indiqué, le 4<sup>ème</sup> trimestre a vu une inversion de tendance sur divers marchés publicitaires, plus précisément les marchés émergents. L'Europe (hors Russie et Turquie) est stabilisée (+0,1%). L'Amérique du Nord reste positive grâce à la forte croissance du numérique.

L'ensemble BRIC et MISSAT à -5,9% reflète un certain nombre de facteurs macroéconomiques (ralentissement des activités) ou spécifiques à nos clients (reports de campagnes), créant un frein aux investissements. La Chine, pour des raisons économiques propres, (ralentissement de l'activité, décisions gouvernementales qui ont touché le marché publicitaire essentiellement au dernier trimestre), a souffert de décalages de campagnes sur 2014. Dans ce contexte, la croissance en Chine Grande Région ressort à -10,8%. L'Inde, en année pré-électorale a également connu des fortunes diverses avec un recul des investissements ayant conduit à des ajustements de structure.

La croissance organique du reste du monde est de +4,8%, très contrastée par pays (Colombie +4,0%, Emirats Arabes Unis +8,7%, Australie -2,3% et Japon -2,0%).

➤ **Marge opérationnelle : + 40 pb à 16,5%**

Il convient de noter que les chiffres ci-dessous s'entendent, pour 2013, hors coûts liés au projet de fusion et, pour 2012, après retraitement en application de la norme IAS 19 révisée. Ces coûts de fusion s'élèvent à 38 M€ sur l'exercice 2013 et l'impact sur la marge opérationnelle 2012 du retraitement IAS 19 est un impact négatif de 2M€.

La marge opérationnelle avant amortissements, en hausse de 6,5% est de 1 265 M€ pour l'exercice 2013 contre 1 188 M€ en 2012.

La marge opérationnelle s'élève à 1 145 M€, en amélioration de 7,8% par rapport à 2012.

Les charges de personnel de 4 330 M€ pour 2013 (4 078 M€ en 2012) augmentent de 6,2% et représentent 62,3% du revenu consolidé (61,7% en 2012). Les coûts de freelance restent élevés à 298 M€, (+ 10% par rapport à 2012). Les coûts fixes de personnel sont contenus, et représentent 54,5%, stables par rapport à 2012. Les coûts de restructuration à 79 M€ sont en augmentation par rapport à 2012 (68 M€). Une sélectivité accrue reste à l'ordre du jour, permettant d'allouer les investissements en talents dans les segments en croissance et de contenir et réduire les coûts dans les activités en réduction ou régions à faible croissance. Les investissements en cours (dans l'ERP, les plateformes de production, la régionalisation des centres de services partagés ou les développements technologiques) ainsi que la simplification de l'organisation permettront de réduire ces charges à moyen terme.

Les autres charges opérationnelles (hors dépréciation) s'établissent à 1 358 M€. Elles représentent 19,5% du revenu total (20,3% en 2012). Les coûts commerciaux s'élèvent à 283 M€, soit 4,1% du revenu. Les coûts administratifs continuent de baisser grâce aux plans d'optimisation et notamment la régionalisation des centres de services partagés. Les coûts liés aux acquisitions ont un impact de 10 M€. La dotation aux amortissements pour l'année 2013 est de 120 M€ contre 126 M€ en 2012 traduisant une bonne maîtrise des investissements.

**Le taux de marge opérationnelle pour l'année est de 16,5% en amélioration de 40 points de base par rapport à celui de 16,1% de 2012.**

Les marges opérationnelles par grandes zones géographiques s'élèvent à 11,2% pour l'Europe, 20,3% pour l'Amérique du Nord, 13,5% pour l'Asie-Pacifique, 16,8% pour l'Amérique Latine et 21,4% pour la région Afrique/Moyen-Orient.

Les amortissements sur immobilisations incorporelles liées aux acquisitions sont de 49 M€ en 2013 contre 45 M€ en 2012. Une perte de valeur a également été enregistrée à hauteur de 4 M€ (contre 11 M€ l'année précédente) ; les autres charges et produits non courants ressortent à 69 M€ (dont 47 M€ de plus-value de cession de la participation de 1,1% détenue par le Groupe dans Interpublic Group) contre 39 M€ en 2012.

➤ **Résultat net, part du Groupe : +11,5%**

Le résultat net, part du Groupe, s'élève à 792 M€ au 31 décembre 2013. Le résultat financier est une charge de 21 M€ en 2013 (32 M€ en 2012). La charge d'impôt est de 298 M€ (279 M€ en 2012). La quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence est de 5 M€ contre une quote-part de 25 M€ en 2012. Les intérêts minoritaires sont de 17 M€ en 2013, contre 27 M€ en 2012.

➤ **Free cash-flow : +19%**

Le free cash-flow du Groupe, avant variation du besoin en Fonds de Roulement, est de 901 M€ pour l'exercice, en hausse de 19,0%.

### ➤ **Endettement financier**

L'exercice 2013 se solde par une situation de trésorerie positive de 593 M€ contre 218 M€ en 2012, en amélioration de 375 M€ résultant, pour près de la moitié du montant, des efforts faits dans la gestion des besoins en fonds de roulement, et, à hauteur de 100 M€, de la conversion, en décembre 2013, de plus des trois quarts des Océanes 2018 encore en circulation.

La dette nette moyenne du Groupe en 2013 a été de 490 M€ contre une dette nette moyenne de 628 M€ en 2012.

### ➤ **Capitaux propres**

Les capitaux propres consolidés part du Groupe se montent à 5 094 M€ au 31 décembre 2013 contre 4 614 M€ au 31 décembre 2012. L'augmentation des capitaux propres est essentiellement due au résultat de la période et à la conversion de l'Océane 2018 (100 M€).

### ➤ **Dividende : +22,2%**

Conformément à notre engagement d'amélioration du taux de distribution, celui-ci est porté à **30%**. Ainsi, un dividende de 1,10 euro par action, en augmentation de 22,2%, sera proposé à l'Assemblée Générale des actionnaires le 28 mai prochain. Sous réserve de l'approbation de l'Assemblée, ce dividende sera mis en paiement le 3 juillet 2014.

## **LA VIE DU GROUPE EN 2013**

### ➤ **Distinctions/création**

Depuis 2004, Publicis Groupe détient la première place pour la performance créative dans le Gunn Report.

Les entités et agences du Groupe ont été récompensées lors de leur participation à de nombreux festivals mondiaux, à des événements régionaux ou locaux. En 2013, à l'occasion de la 60<sup>ème</sup> édition du Cannes Lions Festival International de la Créativité, Publicis Groupe a remporté 174 Lions. En 2012, le Groupe avait remporté 153 Lions.

Au-delà de ces quelques exemples, des centaines de prix sont régulièrement décernés aux agences de Publicis Groupe, partout dans le monde et dans de nombreux domaines de compétences. Ces distinctions attestent de la qualité des équipes, de leur engagement et de leur talent essentiel au développement futur du Groupe.

## ➤ **Politique RSE du Groupe**

2013 marque l'approfondissement des efforts du Groupe dans deux directions en matière de RSE.

- Sur le fond, avec un accroissement des initiatives et actions mises en œuvre par les agences, les réseaux et le Groupe sur les 4 axes de travail (Social, Sociétal, Gouvernance/Economie, Environnement). Ceci témoigne d'une prise en compte des enjeux RSE qui s'affirme dans le quotidien.
- Sur la forme, 2013 est la seconde année avec un reporting RSE audité et vérifié (par SGS), 40 agences faisant l'objet d'audit sur site (représentant environ 25% des effectifs du Groupe). Cette exigence accrue sur le reporting lui-même participe d'une attention poussée sur tous les sujets ainsi couverts et a suscité une plus large mobilisation interne.

Les actions engagées au titre de la RSE permettent des coopérations novatrices entre les agences du Groupe et leurs clients, au service d'intérêts communs.

Le rapport RSE 2012 peut être consulté sur le site [www.publicisgroupe.com](http://www.publicisgroupe.com).

## ➤ **Croissance externe**

L'année 2013 a été fertile en acquisitions ciblées, en cohérence avec la stratégie de développement du Groupe, dans le numérique afin d'enrichir ses compétences dans des domaines en constante évolution ainsi que des régions du monde où il souhaite renforcer sa présence.

Ainsi, de nombreuses acquisitions ont été réalisées dans les activités numériques, dans des agences spécialisées (RP, santé) dans divers endroits du monde, aux Etats-Unis, au Royaume-Uni, en France mais aussi en Asie Pacifique et au Brésil.

Dans ce cadre, il faut noter l'acquisition de LBi, très fortement implantée en Europe, dont le rapprochement avec Digitas permet de créer le plus large réseau mondial dans le domaine du numérique.

## ➤ **Opérations sur le capital de Publicis Groupe**

### - **Rachat du solde des actions Publicis Groupe détenues par Dentsu**

A la suite de la proposition faite par Dentsu, Publicis Groupe a racheté le 15 février 2013, avant l'ouverture de la Bourse de Paris, un bloc de près de 3,9 millions de ses propres actions pour un prix total de 181 millions d'euros, soit 46,82 euros par action.

L'opération a été réalisée avec une décote de 4,7% par rapport au cours de clôture du 14 février 2013 (49,11 euros). Les 3 875 139 actions sont destinées à l'attribution aux salariés dans le cadre de plans d'attribution d'actions de présence et de performance ou de stock-options.

### - **Nouveau plan de co-investissement**

En avril 2013, les dirigeants-clés de Publicis Groupe ont souscrit largement au programme de co-investissement qui leur a été proposé. Ces opérations s'inscrivent dans le programme de co-investissement approuvé par le Conseil de Surveillance. Une structure indépendante (LionLead SCA) a été créée pour recueillir leurs investissements. Avec 190 souscriptions, le plan s'est révélé être un immense succès, portant le taux de participation à 96,4% des candidats.



Le montant total des souscriptions demandées a atteint 135 M€, ce qui représente trois fois le plafond du montant maximum (45 M€). LionLead SCA a acquis 846 379 actions Publicis Groupe pour 45 M€, à un prix moyen de 52,81 euros par action entre le 22 et le 29 avril 2013, représentant 0,40% du capital.

#### - **Conversion des Océanes 2018**

Le 10 décembre 2013, 78,70% des Océanes encore en circulation, qui avaient fait l'objet d'une demande de conversion en novembre, ont été converties, donnant lieu à la remise de 2 096 233 actions, prélevées sur le portefeuille d'actions existantes. Le 23 décembre 2013, Publicis Groupe a exercé son droit de remboursement anticipé contractuel (call émetteur) sur l'Océane 2018, émise le 18 janvier 2002, au prix de 48,76 euros par obligation, majoré du coupon couru. Par ailleurs, les porteurs d'obligations avaient la faculté d'exercer leur droit à l'attribution d'actions Publicis à raison de 1,015 actions Publicis pour 1 obligation présentée, jusqu'au 14 janvier 2014 inclus.

#### - **Assemblée générale des porteurs d'Oranes : remboursement obligatoire des Oranes avant la fusion**

Une Assemblée des Oranaires s'est tenue le 10 octobre 2013 pour décider, sous réserve de l'approbation de la fusion par les assemblées des actionnaires de Publicis Groupe d'une part et Omnicom Group d'autre part, du remboursement obligatoire en actions Publicis de l'intégralité des Oranes en circulation immédiatement après ces assemblées. Chaque Orane sera ainsi remboursée par la remise de 9,135 actions Publicis, auxquelles s'ajoutera le coupon couru calculé sur la base d'un taux annuel de 3,2946%. L'Assemblée a également décidé de verser en début d'année 2014 une compensation correspondant aux actions et coupons supplémentaires qu'auraient dû percevoir les porteurs d'Oranes les 1<sup>er</sup> septembre 2009 à 2013 du fait de l'ajustement du coefficient de remboursement (1,015 contre 1 auparavant).

Il convient de rappeler que, par ailleurs, en raison de l'annonce du projet de fusion de Publicis et d'Omnicom, les porteurs d'Oranes pourront user, pendant une période de 10 jours qui s'achèvera au plus tard 15 jours avant l'Assemblée générale appelée à approuver la fusion, de la faculté de remboursement anticipé qui leur est offerte par le contrat.

#### - **Exercice des bons de souscription d'actions**

Les bons de souscription émis en 2002 étant exerçables depuis le 24 septembre 2013, 2 757 571 bons de souscription ont été exercés au cours de l'année 2013, donnant lieu à création de 2 798 937 actions nouvelles. Au 31 décembre 2013, 2 845 128 bons de souscription d'actions, exerçables jusqu'en 2022, restaient en circulation.

## **FUSION ENTRE PUBLICIS GROUPE et OMNICOM Inc.**

Le 28 juillet 2013, Publicis Groupe SA et Omnicom Group Inc. (Omnicom) ont annoncé la signature d'un accord portant sur une fusion entre égaux, aboutissant à la création du leader mondial de la communication, de la publicité, du marketing et du numérique.

L'opération prend la forme d'une fusion transfrontalière au sein d'une holding, Publicis Omnicom Group, domiciliée aux Pays-Bas. Celle-ci sera cotée sur Euronext Paris et sur le NYSE.

L'opération a été structurée de façon à ce que les collègues d'actionnaires de Publicis Groupe et d'Omnicom détiennent chacun, au jour de la fusion, environ 50% du capital de Publicis Omnicom Group. Les actionnaires de Publicis Groupe recevront une action ordinaire nouvelle Publicis Omnicom Group pour chaque action Publicis Groupe, ainsi qu'un dividende exceptionnel de 1,00 euro par action.

Les actionnaires d'Omnicom recevront 0,813 action ordinaire nouvelle Publicis Omnicom Group pour chaque action Omnicom, ainsi qu'un dividende exceptionnel de 2,00 dollars par action. Selon notre accord, certains ajustements pourraient être appliqués au dividende exceptionnel payé ainsi qu'à la parité de fusion.

L'opération est conditionnée notamment à l'approbation des actionnaires des deux sociétés, ainsi qu'à l'obtention des diverses autorisations réglementaires requises. Toutes les autorisations des autorités de la concurrence préalables à la conclusion de la fusion ont été obtenues, à l'exception de la Chine, actuellement à l'étude.

La réalisation de l'opération est attendue pour la fin du premier semestre 2014.

Publicis Groupe établira à l'attention de ses actionnaires, préalablement à la tenue de l'Assemblée générale appelée à statuer sur la fusion, un rapport détaillant les conditions de celle-ci.

## **EVENEMENTS RECENTS**

### ➤ **Acquisitions**

- **Qorvis Communications**, l'un des premiers cabinets de relations publiques des Etats-Unis.
- **Applied Media Logic (AML)**, agence media basée à Johannesburg.
- Prise de participation majoritaire dans **Law & Kenneth**, la plus grande agence indienne indépendante de publicité et numérique.

### ➤ **Finances**

#### - **Oceanes 2018**

Sur les 559 278 Oceanes 2018 existant au 31 décembre 2013, 554 604 ont fait l'objet d'une demande de conversion en décembre 2013 et en janvier 2014. A ce titre, 562 921 actions Publicis ont été livrées au cours du mois de janvier 2014. Le solde des obligations restantes, soit 4 674 obligations, a été remboursé en numéraire au prix unitaire de 48,74 euros également en janvier 2014.

#### - **Oranes**

Dans le cadre de l'offre de compensation faite par Publicis aux porteurs d'Oranes, approuvée par l'Assemblée générale des porteurs d'Oranes en date du 10 octobre 2013, les porteurs qui ont fait valoir leurs droits ont reçu le 15 janvier 2014, 865 656 euros au titre des intérêts complémentaires, ainsi que 110 871 actions Publicis Groupe au titre des ajustements de parité de remboursement.

## PERSPECTIVES

Pour l'année 2014, l'observatoire des media de ZenithOptimedia estime la croissance du marché publicitaire mondial (media) à 5,3%, ce qui correspondrait à une croissance des revenus des agences estimée à 3,5%. L'essentiel de la croissance depuis quelques années est produit par les activités numériques (Internet, mobile...). Cette tendance se poursuit et se renforce avec une accentuation des progressions dans le numérique et une faiblesse plus marquée du secteur analogique.

Sur le plan géographique, on note que les marchés qui connaîtront une nette amélioration seront pour 2014 : les Etats-Unis, le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Australie et le Mexique. On devrait assister par ailleurs à une stabilisation de l'Europe du Sud. La France, quant à elle, devrait être légèrement positive (0,3%).

Les prévisions de ZenithOptimedia pour les marchés émergents (BRIC) sont une croissance du marché publicitaire (media) de 9,4% pour l'ensemble BRIC et de 13,9% pour les pays de l'ensemble MISSAT.

Les chiffres constatés en janvier montrent bien que le 4<sup>ème</sup> trimestre n'est pas un signe avant-coureur d'une dégradation des marchés mais bien l'expression d'une situation conjoncturelle. Le Groupe est confiant dans ses prévisions, tant sur la croissance que sur une nouvelle amélioration des marges.

\*\*\*

*Certaines informations autres qu'historiques contenues dans le présent document sont susceptibles de constituer des données à caractère prévisionnel ("forward-looking statements") ou des prévisions financières non auditées. Ces données sont sujettes à des risques et des aléas pouvant se traduire, ultérieurement, par des données réelles substantiellement différentes. Ces données sont présentées à la date du présent document et Publicis Groupe n'assume aucune obligation quant à leur mise à jour du fait d'événements nouveaux ou de toute autre raison autre que les réglementations applicables. Publicis Groupe vous invite à prendre connaissance avec attention des informations relatives aux facteurs de risque susceptibles d'affecter son activité telles que figurant dans son Document de Référence déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers (AMF), y compris une conjoncture économique défavorable, un secteur extrêmement concurrentiel, la possibilité que nos clients peuvent remettre nos contrats en cause très rapidement, une part non négligeable des revenus du Groupe provenant de clients importants, conflits d'intérêts entre annonceurs d'un même secteur, la dépendance du Groupe sur ses dirigeants et ses collaborateurs, les lois et réglementations s'appliquant aux métiers du Groupe, des actions judiciaires engagées contre le Groupe au motif que certains messages publicitaires seraient mensongers ou trompeurs, ou que les produits de certains clients se révéleraient défectueux, la stratégie de développement par acquisition d'entreprises, la dépréciation des écarts d'acquisition et les actifs inscrits au bilan du Groupe, la présence du Groupe dans les marchés émergents, la difficulté de mettre en œuvre le contrôle interne, l'exposition au risque de liquidité, une baisse de la notation officielle du Groupe, et l'exposition aux risques de marché financier.*

*Ce communiqué contient des informations prospectives (y compris au sens du Private Securities Litigation Reform Act de 1995) concernant Omnicom, Publicis, Publicis Omnicom Group, l'opération envisagée et d'autres sujets. Ces déclarations peuvent envisager des objectifs, intentions et anticipations portant sur des plans, tendances, événements futurs, résultats d'opérations, conditions financières ou autres fondées sur des croyances actuelles des managements d'Omnicom et de Publicis ainsi que sur les hypothèses faites par eux et l'information dont ils disposent actuellement. Les informations prospectives peuvent être accompagnées de mots tels que « viser », « anticiper », « croire », « planifier », « pourrait », « serait », « devrait », « estimer », « s'attendre à », « prévoir », « avenir », « orientation », « avoir l'intention », « peut », « sera », « possible », « potentiel », « prédire », « projeter » ou des mots, phrases ou expressions comparables. Ces informations prospectives sont sujettes à divers risques et incertitudes, dont plusieurs échappent au contrôle des parties. Par conséquent, il ne doit pas être accordé une confiance induite à ces informations. Les facteurs qui pourraient faire que les résultats réels diffèrent substantiellement de ces informations prospectives comprennent : le défaut d'obtention des approbations réglementaires applicables ou de celles des actionnaires en temps voulu ou autre ; le non-respect d'autres conditions suspensives à la réalisation de l'opération proposée ; le risque que les nouvelles activités ne soient pas intégrées avec succès ou que les sociétés combinées ne réalisent pas les économies, les impôts différés actifs, les synergies ou la croissance estimés, ou que ces bénéfices prennent plus de temps que prévu à se réaliser ; l'impossibilité de réaliser les avantages escomptés des opérations combinées ; les risques liés à des coûts d'intégration imprévus ; les pertes sur les achats média et les coûts de production engagés pour le compte des clients ; la réduction des dépenses des clients, des retards de paiement des clients et l'évolution des besoins de communication des clients ; l'incapacité à gérer les conflits d'intérêts potentiels entre ou propres aux clients ; les changements imprévus liés à des facteurs concurrentiels dans les industries de la publicité et du marketing ; la capacité d'embaucher et de retenir le personnel clé ; la capacité d'intégrer avec succès les activités des sociétés ; l'impact potentiel de l'annonce ou de la réalisation de l'opération proposée sur les relations avec des tiers, y compris les clients, les employés et les concurrents ; la capacité d'attirer de nouveaux clients et fidéliser les clients existants de la manière prévue ; la dépendance à l'égard de et l'intégration des systèmes de technologie de l'information ; les changements dans les législations et réglementations gouvernementales affectant les sociétés ; les conditions économiques internationales, nationales ou locales, ou les conditions sociales ou politiques qui pourraient nuire aux sociétés ou à leurs clients ; les conditions sur les marchés du crédit, les risques associés aux hypothèses que les parties font en relation avec les estimations comptables critiques et les procédures judiciaires des parties ; et les opérations internationales des parties, qui sont soumis aux risques de fluctuations des devises et au contrôle des changes.*

La liste des facteurs qui précède n'est pas exhaustive. Ces facteurs doivent être examinés attentivement, ainsi que les autres risques et incertitudes qui affectent les activités des parties, y compris ceux décrits dans le rapport annuel d'Omnicom sur le formulaire Form 10-K, ses rapports trimestriels sur le formulaire Form 10-Q, ses rapports d'information permanente sur le formulaire Form 8-K et dans les autres éventuels documents déposés auprès de la Securities and Exchange Commission (la « SEC ») ainsi que ceux décrits dans les rapports annuels et Documents de Référence de Publicis et dans les autres éventuels documents déposés auprès de l'autorité française des marchés financiers (Autorité des marchés financiers ou « AMF »). Sauf si la loi applicable l'exige, les parties ne sont soumises à aucune obligation de mettre à jour ces informations prospectives.

#### Absence d'offre ou de sollicitation

Cette présentation n'est pas destinée à être et ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre de souscription ou d'achat, ni une sollicitation d'achat ou de souscription pour des valeurs mobilières ou la sollicitation de vote, et ce dans aucun pays, conformément aux opérations proposées ou autres, et aucune vente, délivrance ou transfert de valeurs mobilières ne doit intervenir dans une quelconque juridiction en violation de la législation applicable. Aucune offre de titres ne sera faite, excepté au moyen d'un prospectus répondant aux exigences de la Section 10 du Securities Act de 1933, dans sa version actuelle, et de la réglementation européenne applicable. Sous réserve de certaines exceptions qui auront été approuvées par les organismes de réglementation compétents ou de certains éléments qui devront être confirmés, l'offre ou la proposition au public ne sera pas faite, directement ou indirectement, dans ou à destination d'une juridiction où cela constituerait une violation des lois qui y sont en vigueur, ou par l'utilisation de tout moyen de communication (y compris, sans que cette liste soit exhaustive, par courrier, facsimile, téléphone ou Internet) ou au moyen d'infrastructures de marché d'une telle juridiction.

#### Informations complémentaires importantes devant être déposées auprès de la SEC

Publicis Omnicom Group déposera auprès de la SEC un document d'enregistrement (registration statement) selon un formulaire Form S-4, qui comprendra la circulaire de sollicitation de procurations (proxy statement) d'Omnicom et qui constitue également un prospectus de Publicis Omnicom Group (le « prospectus/proxy »). **LES INVESTISSEURS ET LES ACTIONNAIRES SONT PRIÉS DE LIRE ATTENTIVEMENT LE PROSPECTUS/PROXY COMMUN, AINSI LES AUTRES DOCUMENTS PERTINENTS DEVANT ÊTRE DÉPOSÉS AUPRÈS DE LA SEC, DANS LEUR INTEGRALITÉ ET DÈS QU'ILS SERONT DISPONIBLES, CAR ILS CONTIENDRONT DES INFORMATIONS IMPORTANTES SUR ORANGE, PURPLE, PURPLE ORANGE GROUP, LES OPERATIONS PROPOSÉES AINSI QUE D'AUTRES SUJETS CONNEXES.** Les investisseurs et les actionnaires pourront obtenir des exemplaires gratuits du prospectus/proxy et d'autres documents de procuration déposés auprès de la SEC par les parties sur le site Web de la SEC à l'adresse [www.sec.gov](http://www.sec.gov). En outre, les investisseurs et les actionnaires pourront obtenir des exemplaires gratuits du prospectus/proxy et des autres documents déposés auprès de la SEC par les parties en contactant Relations-investisseurs, (pour les documents déposés auprès de la SEC par Omnicom) ou Relations-investisseurs, 133, avenue des Champs Elysées, 75008 Paris, France, +33 (0) 1 44 43 65 00 (pour les documents déposés auprès de la SEC par Publicis ou par Publicis Omnicom Group).

#### Informations complémentaires importantes devant être rendues publiques dans un Prospectus visé par l'AMF

Publicis Omnicom Group rendra public un prospectus, visé par l'Autorité néerlandaise des marchés financiers (Stichting Autoriteit Financiële Markten ou « AFM »), relatif à l'émission d'actions nouvelles à la suite de l'opération proposée et à leur admission à la négociation sur un marché réglementé de l'Union européenne (en ce compris tout supplément afférent, le « Prospectus d'Admission »). Le Prospectus d'Admission sera approuvé par l'AMF et transmis à l'AMF selon la procédure du passeport européen en vue de l'admission des actions de Publicis Omnicom Group à la négociation sur Euronext Paris. **LES INVESTISSEURS ET LES ACTIONNAIRES SONT PRIÉS DE LIRE ATTENTIVEMENT LE PROSPECTUS D'ADMISSION, AINSI LES AUTRES DOCUMENTS PERTINENTS, DANS LEUR INTEGRALITÉ ET DÈS QU'ILS SERONT DISPONIBLES, CAR ILS CONTIENDRONT DES INFORMATIONS IMPORTANTES SUR ORANGE, PURPLE, PURPLE ORANGE GROUP, LES OPERATIONS PROPOSÉES AINSI QUE D'AUTRES SUJETS CONNEXES.** Les investisseurs et les actionnaires pourront obtenir des exemplaires gratuits du Prospectus d'Admission de Publicis Omnicom Group sur le site de Publicis à l'adresse [www.publicisgroupe.com](http://www.publicisgroupe.com) ou en contactant Relations-investisseurs, 133, avenue des Champs Elysées, 75008 Paris, France, +33 (0) 1 44 43 65 00.

#### Informations supplémentaires importantes à destination des actionnaires de Publicis

Publicis préparera un rapport qui sera mis à la disposition des actionnaires dans le cadre de l'Assemblée générale de Publicis appelée à statuer sur l'opération proposée (le « Rapport »). **LES INVESTISSEURS ET LES ACTIONNAIRES SONT PRIÉS DE LIRE ATTENTIVEMENT LE RAPPORT, AINSI QUE LES AUTRES DOCUMENTS PERTINENTS DEVANT ÊTRE DÉPOSÉS AUPRÈS DE L'AMF, DANS LEUR INTEGRALITÉ ET DÈS QU'ILS SERONT DISPONIBLES, CAR ILS CONTIENDRONT DES INFORMATIONS IMPORTANTES SUR PURPLE, ORANGE, PURPLE ORANGE GROUP, LES OPERATIONS PROPOSÉES AINSI QUE D'AUTRES SUJETS CONNEXES.** Les investisseurs et les actionnaires pourront obtenir des exemplaires gratuits du Rapport de Publicis sur son site Web à l'adresse [www.publicisgroupe.com](http://www.publicisgroupe.com) ou en contactant Relations-investisseurs, 133, avenue des Champs Elysées, 75008 Paris, France, +33 (0) 1 44 43 65 00.

#### Absence de Prospectus EEE jusqu'au Prospectus d'Admission

Aucun prospectus n'est exigé dans l'Espace Economique Européen (EEE) en vertu de la Directive Prospectus 2003/71/CE, telle que modifiée et transposée en droit néerlandais et en droit français, et aucun prospectus ou document ne sera mis à disposition jusqu'à ce que le Prospectus d'Admission soit mis à disposition.

#### Participants à la sollicitation

Omnicom, Publicis Groupe, Publicis Omnicom et les membres de leurs organes d'administration, de surveillance et de direction et leurs dirigeants respectifs peuvent être considérés comme des participants à la sollicitation de procurations (solicitation of proxies) auprès des actionnaires d'Omnicom en rapport avec les opérations proposées visées par le prospectus/proxy. Les informations concernant les personnes qui sont, en vertu de la réglementation de la SEC, considérées comme des participants à la sollicitation des actionnaires d'Omnicom dans le cadre des opérations envisagées, comprenant notamment une description de leurs intérêts directs ou indirects par la détention d'actions ou autres, seront incluses dans le prospectus/proxy lorsqu'il sera déposé auprès de la SEC. Les informations concernant les administrateurs et les dirigeants d'Omnicom sont présentées dans son rapport annuel sur le formulaire Form 10-K pour l'exercice clos le 31 décembre 2012 et sur son Proxy Statement du Schedule 14A en date du 11 avril 2013, qui sont déposés auprès de la SEC.

---

## A propos de Publicis Groupe

Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] est l'un des premiers groupes mondiaux de communication. Nous sommes présents dans tous les secteurs et les métiers : le numérique (DigitasLBI, Razorfish, Rosetta, VivaKi), les agences créatives (BBH, Leo Burnett, Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi), les relations publiques, la communication institutionnelle et l'événementiel (MSLGROUP), l'achat d'espace et la stratégie média (Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia) et enfin la communication santé avec Publicis Healthcare Communications Group (PHCG). Le Groupe est présent dans 108 pays et compte environ 62 000 collaborateurs.

[www.publicisgroupe.com](http://www.publicisgroupe.com) | Twitter : @PublicisGroupe | Facebook : [www.facebook.com/publicisgroupe](http://www.facebook.com/publicisgroupe) | LinkedIn : Publicis Groupe | <http://www.youtube.com/user/PublicisGroupe> |  
*Viva la Difference !*

---

## Contacts

### Publicis Groupe

Peggy Nahmany  
Martine Hue  
Stéphanie Constand

Communication corporate  
Relations investisseurs  
Relations investisseurs

+ 33 (0)1 44 43 72 83  
+ 33 (0)1 44 43 65 00  
+ 33 (0)1 44 43 74 44

# ANNEXES

## New Business 2013

**4,5 milliards USD (net)**

### Principaux Gains

#### **BBH/NEOGAMA**

Pirelli (Royaume-Uni), Playstation (Etats-Unis, Brésil), Haagen Dazs (Singapour), Basf (Brésil), Philadelphia (Royaume-Uni), Clarks (Royaume-Uni), Bang and Olufsen (UK), Newell Rubbermaid (Etats-Unis), Harbin (Chine).

#### **Digitas/LBi**

Lenovo (Etats-Unis), Kao (Etats-Unis), Whirlpool (Etats-Unis), Dunkin' Donuts (Etats-Unis), Sprint (Etats-Unis), Samsung (Brésil), MillerCoors (Etats-Unis), Comcast (Etats-Unis), Eureka Forbes (Inde), Dogs Trust (Royaume-Uni), AXA (Royaume-Uni), FOSS (Pays nordiques), Johnson & Johnson (Royaume-Uni), Danone (Royaume-Uni), LeipzigerMesse (Allemagne), HSBC (Australie), Roompot (Allemagne), ParcelHero.com (Royaume-Uni), PWC (Allemagne), StadtwerkeBayreuth (Allemagne), PortalTech Reply (Royaume-Uni), Navigate GmbH Systeme und Consulting (Allemagne), DSGVO (Allemagne), Commonwealth Bank (Royaume-Uni), Microsoft (Royaume-Uni): Langenscheidt GmbH & Co. KG (Allemagne), Lloyds TSB (Royaume-Uni), E2X (Royaume-Uni), JKL (Pays nordiques), Viking Line (Pays nordiques), ASSTEL Lebensversicherung AG (Germany), Ticket Online Software GmbH (Allemagne), SCA TENA (Pays nordiques), Primera Travel Group (Pays nordiques), Adobe (Etats-Unis), Moleskine (Etats-Unis): P&G (Etats-Unis), Spotify (Etats-Unis), Motorola (Etats-Unis), Aetna (Etats-Unis), Delta Air Lines (Etats-Unis), Intel (Indonésie), NYSE Euronext (Etats-Unis), AstraZeneca (Etats-Unis), Goodyear (Etats-Unis), Barclays Wealth (Royaume-Uni), BUPA (Royaume-Uni). Renault / Nissan (Royaume-Uni, France).

#### **Fallon**

Talenti (Etats-Unis), Giffgaff (Royaume-Uni), Netflix (Royaume-Uni).

#### **Leo Burnett**

AEON Superstores (Malaisie), Bols Spirits (Pologne), Dubai International Film Festival (Emirats Arabes Unis), Pfizer Consumer Health - Nexium OTC (Etats-Unis), Peters Ice Cream (Australie), Unipol Insurance (Italie), Castorama Home Improvement Stores (Pologne), PTG Energy (Thaïlande), Co-operative Social Media (Royaume-Uni), Institute of Chartered Accountants of Sri Lanka (Sri Lanka), Home Center Home Improvement Retailer (Colombie), BMW Mini (Japon), Twinings Tea (Malaisie), h.h. gregg (Etats-Unis), Petelinka Poultry (Russie), Media Markt Electronics Retailer (Russie), Alouette Cheese (Etats-Unis), RE/MAX Real Estate (Etats-Unis), Victoria University (Australie), GM Fleet & Commercial Operations, Certified Pre-Owned, Remarketing (Etats-Unis), Molson Coors - Coors Light (Canada), China Mobile (Chine), Bank of China (Chine), Yili Lactobacillus Probiotic (Chine), Samsung Mobile Phone (Taïwan), RE/MAX (Etats-Unis), VP Bank (Vietnam), Menarini Pharmaceuticals Fastum Gel (Chine), Tekmark (Singapour), Sri Lankan Airlines (Sri Lanka), Pfizer Centrum and Caltrate (Vietnam), Mediaset/ Infinity On-Demand Service (Italie), CIMB Bank (Sri Lanka), ClearPoint Residencies (Private) Ltd (Sri Lanka), Mihin Lanka Airlines (Sri Lanka), Landmark Group/ Max (Emirats Arabes Unis), SPC Ardmona (Australie).

## MSLGROUP

Emirates Air (PR) (Etats-Unis), LaSalle Investment Management (Etats-Unis), Taitra (Taiwan).

## PHCG

Astellas (Etats-Unis), AbbVie (Etats-Unis, Australie), Pfizer (Etats-Unis, Global), Genentech/Roche (Etats-Unis, Global), Novartis (Etats-Unis, Global), Abbott Nutrition (Etats-Unis).

## Publicis Worldwide

City of Antwerp (Belgique), Total Corporate (Publicis Conseil/France/Global), Pierre et Vacances/Europe (Marcel/France), Volcom/Worldwide (Marcel/France), France Galop (France), Purina ONE (France), Barmer GEK (Allemagne), Siemens AG (Allemagne), Bene (Allemagne), Commerzbank Wealth Management (Allemagne), haarshop21 GmbH (Allemagne), J. Stickling GmbH & Co. KG (Nobilia) (Allemagne), ZF Friedrichshafen (Allemagne), AS Roma (Italie), Kellogg (Italie), Philips (Pays-Bas), Ahold/Albert Heijn (Pays-Bas), Rabobank International (Pays-Bas), MTS (Russia), Coca Cola (Espagne), Bimbo/Buenitos and BimboCaos (Espagne), Hertz (Suisse), Qontis (Suisse), ESL (Suisse), Vue Cinemas (Royaume-Uni), SCA (Royaume-Uni), Schweppes (Royaume-Uni), Nescafé/Digital (Portugal), Nestle (Roumanie), BASF (Roumanie), MetLife (Roumanie), Pfizer/Digital (Roumanie), Stopanska Bank (Macédoine), MSD (Bulgarie), Beiersdorf (Bulgarie), Coca Cola (Bulgarie), Microsoft (Bulgarie), G3 spirits (Slovénie), Shark (Slovénie), Michelin/Michelin, Kleber, Goodrich (Pologne), Nestlé Adriatic/Maggi-Thomy in Adriatic (Slovénie, Croatie, Bosnie-Herzégovine, Kosovo et Macédoine), Nestlé Adriatic/ZacinC Chicken TVC (Serbie et Monténégro), SCA/Zewa (Croatie), Spar (Croatie), Heineken/Amstel (Croatie), **Publicis Brésil** Habib's (ATL-Publicis Brésil), Sanofi - Medley Division (ATL-Salles Chimie), Rio 2016 (Digital-AG2 Publicis Modem), Michelin (Digital-Digitas/ Razorfish), Petrobras (Digital-AG2 Publicis Modem), Digital Group (Digital-AG2 Publicis Modem), Belcorp (Digital-Digitas/Razorfish), Vale Foundation (Digital-AG2 Publicis Modem), SENAC (Digital-Digitas/Razorfish), Inframerica (BTL-Publicis Dialog), Smiles (ATL-Salles Chimie), Pfizer (Digital-Publicis Red Lion), **Talent Brésil** : Heineken (ATL-Talent Brésil), Esmaltec (ATL-Talent Brésil), Chilectra (Chili), Endesa (Chili), Enersis (Chili), Brooks (Chili), Kia (Equateur), Continental Tires (Equateur), Cerveceria Nacional (Equateur) Grupo Reforma (Mexique), P&G/Bounty (Mexique), Aon Consultants (Mexique), Barcel (Mexique), Nestlefoods (Mexique), Novartis (Mexique), Qld Dept of Transport (Australie), Tourism Northern Territory (Australie), Conga Foods (Australie), WM Ritchie (Australie), Oporto (Australie), Qid TAFE (Australie), Subway (Inde), WeChat (Inde), J'Box property (Indonésie/Jakarta), Western Union/Shopper (Philippines), Audi Singapore (Singapour), Pfizer Centrum (Emirats Arabes Unis), Emirates Flight Catering (Emirats Arabes Unis), Ferrero/Kinder Bueno (Emirats Arabes Unis), Nestlé/Maggi (Emirats Arabes Unis), Dairy Queen (Canada), Nestlé/Delissio Food (Canada), Nestlé (Etats-Unis), P&G (Etats-Unis), AXA Equitable (Etats-Unis), Hilton Flagship (Etats-Unis/Global), Sleepy's (Etats-Unis), Rachel Rachel Roy (Etats-Unis), Simplot (Etats-Unis), Cotton Council International (Etats-Unis), DesignerClothes.com (Etats-Unis), Lanham Hotel Group (Etats-Unis), Manchu Times Fashion (Etats-Unis), Versace (Etats-Unis), Almay (Etats-Unis), Hilton Grand Vacation Club (Etats-Unis), Defender Direct (Etats-Unis), Sympathy Orchestra (Etats-Unis), Abbott Nutrition (Etats-Unis), Eddie Bauer (Etats-Unis), Bridgestone America's (Etats-Unis/Dallas), Barcel (Etats-Unis).

## **Saatchi & Saatchi**

Salmoiraghi Vigano (Italie), Stroili (Italie), Godiva (Japon), St. George (Australie), HSBC global (Royaume-Uni/global), Bold International Ceramics (Emirats Arabes Unis), YBM Mastery E900 (Corée), PTT RM : Jiffy Brand (Thaïlande), Thanachart Bank (Thaïlande), Kerry Foods/Richmond (Royaume-Uni), design3000.de (Allemagne), Club Med (Italie), Mill St. Brewery (Canada), Mahou 5 estrellas (Espagne); MyCEB (Malaisie), Bank Simpanan Nasional / BSN's Cards (Malaisie), Charter Communications (Etats-Unis), Otterbox (Etats-Unis), Takeda Pharmaceutical (Russie), Air Europa (Espagne), Premier Foods – digital (Royaume-Uni), Scoot Airlines (Singapour), Toyota Kluger, Toyota 86 (Australie), Fissler (Allemagne), nib Health Insurance (Australie), ITE (Singapour).

## **Starcom MediaVest Group**

American Honda Motors (Etats-Unis), Beirut City Centre (Emirats Arabes Unis), Dubizzle (Emirats Arabes Unis), Europcar (Royaume-Uni), Garuda Indonesia (Indonésie), GLA 360 Mall (Emirats Arabes Unis), Hartmann (République Tchèque), Kuwait Flour Mills (Emirats Arabes Unis), Mango (Emirats Arabes Unis), Meydan Group (Emirats Arabes Unis), Mondelez International (Etats-Unis), Namshi (Emirats Arabes Unis), Vivus (Pologne), Ace Hardware (Etats-Unis), Banca Unipol (Italie), Finnair (Suède), h.h , gregg (Etats-Unis), Unipol Insurance (Italie), Burger King (Italie, Norvège, Suède, Danemark, Espagne, Royaume-Uni, Portugal, Canada), Gourmet Foods (Pologne), CPTM - Mexico Tourism Board (Mexique), PINERGY (Irlande), SPP (Suède), Storebrand (Norvège), Ab/InBev (Chine), Bosco (Russie), Ministry of Environment (Project) (Pologne), APEC (France), Bring (Suède), Converse (Etats-Unis), La Poste (France), Duke Energy (Etats-Unis), Fitnessguru (Suède), Mondelez (Turquie), Coca Cola (Argentine).

## **ZenithOptimedia**

Kohl's (Etats-Unis), KAYAK (Monde), Abu Dhabi Commercial Bank (Emirats Arabes Unis), Hainan Airlines (Chine), Sharp Middle east (Emirats Arabes Unis), Ministry of Health (Singapour), Unipex (Emirats Arabes Unis), Bold International (Emirats Arabes Unis), Haier Electronics (Arabie Saoudite), Haw Par (Singapour), Ministry of Defense (Singapour), Dao Games (Emirats Arabes Unis), eOne (Royaume-Uni), Toyota (Italie), 20th FOX (Italie), Maybank (APAC Régional), Maxxium (Royaume-Uni), Cruz Roja (Red Cross) (Espagne), Prospect Park Networks (Etats-Unis), Bacardi (Panama), Changi Airport Group (CAG) (Singapour), Hasbro (Hongrie), Vzemna (Slovénie), TE Data (Digital) (Egypte), SCA (Global), Bacardi-Martini (Europe), LOTERIAS (Espagne), Hyundai (Pays-Bas), Universidad El Bosque (Colombie), New Balance (Panama), VEMEDIA (Belgique), ECOVER (Belgique), 4 finance (Géorgie), Stokke (Irlande), Pierre Fabre (Belgique), FIDELITY TRUST (Belgique), Bodytech (Colombie), Syngenta (Colombie), Liberty Mutual Insurance Company (Etats-Unis), Reckitt Benckiser (*Share of global markets*), Hewlett Packard (Global), Clarins (Hong Kong), Quilmes/ ABInBev (Argentine), L'Oreal (Chine), SNCF (France), Carlsberg (Chine), EDB (Global), 20th Century Fox (Russie), EBRO (France), Pepsico Foods (Argentine), Henkel (Australie).



## 2013 : CROISSANCE EXTERNE

- **LBi** : le 15 janvier 2013, au terme de l'Offre Publique d'Achat lancée le 12 novembre 2012 sur la totalité des actions émises et en circulation de LBi, Publicis Groupe a déclaré l'Offre inconditionnelle. Les actions détenues par Publicis Groupe le 29 janvier 2013 représentaient 98,13% des actions émises et en circulation de LBi.  
Après le retrait de la cote le 7 mars 2013, et une procédure de retrait obligatoire, Publicis Groupe détient 100% du capital depuis le 21 août 2013.
- **Convonix** : l'une des agences de conseil en marketing numérique leader en Inde, située à Bombay.
- **Neev** : l'un des principaux fournisseurs indiens de services technologiques.
- **Bosz Digital SA, Costa Rica, et Bosz Digital Colombia SAS** : importante plateforme de production numérique et média basée en Amérique centrale.
- **Net@Ik** : l'une des principales agences chinoises *pure player* des médias sociaux.
- **Jana** : le tout premier investissement direct du Groupe dans une start-up de la technologie mobile (15 millions USD).
- **Engauge Marketing LLC** : agence de publicité et de services numériques située à Columbus (Ohio).
- **Espalhe** : l'une des principales agences brésiliennes de marketing numérique et de médias sociaux.
- **TPM Communications** : l'une des agences leader au Canada, spécialisée dans le numérique, vidéos et l'événementiel.
- **Zenith Romania** : transaction qui permet de prendre une participation majoritaire dans Zenith Romania, auparavant agence affiliée.
- **POKE** : agence britannique phare du secteur numérique.
- Augmentation à 51% de la participation dans les agences roumaines **Leo Burnett & Target, Starcom MediaVest Group, Optimedia, The Practice et iLeo**, partenaires de longue date du Groupe.
- **Beehive Communications** : l'une des meilleures agences indiennes indépendantes de communication intégrée, spécialisée en services marketing et communication de pointe pour des clients de toute l'Asie du Sud.
- **Interactive Solutions** : l'une des principales agences numériques polonaises.
- **Heartbeat Ideas** : l'une des agences numériques les plus réputées dans la communication santé.
- **ETO** : l'une des principales agences de CRM, spécialiste du marketing numérique et des technologies d'analyse, de traitement et d'exploitation de la data.
- **Walker Media** : importante agence media au Royaume-Uni.
- **Synergize** : société sud-africaine de marketing numérique.
- **Verilogue Inc.** : l'une des grandes sociétés américaines d'analyse des données médicales, spécialisée dans la communication entre médecin et patient.

## DISTINCTIONS 2013

Depuis 2004, Publicis Groupe détient la première place pour la performance créative dans le *Gunn Report*.

Les entités et agences du Groupe ont été récompensées lors de leur participation à de nombreux festivals mondiaux, à des événements régionaux ou locaux. En 2013, à l'occasion de la 60<sup>ème</sup> édition du *Cannes Lions Festival International de la Créativité*, Publicis Groupe a remporté 174 *Lions*. En 2012, le Groupe avait remporté 153 *Lions*.

Par réseau, on relève particulièrement les distinctions suivantes :

### BARTLE BOGLE HEGARTY (BBH)

- *Cannes Lions* : 15 récompenses (2 Or, 7 Argent, 6 Bronze)
- *Campaign BIG Film* : Agence de l'Année Account Planning Group
- *Luerzers Archive* : Nommée Agence N°1
- *British Arrows* : Agence de l'Année
- *Creative Circle - Gold of Golds Creativity* Etats-Unis
- *Clio* Etats-Unis : Grand Clio
- *WARC Asia Strategy Prize* : Grand Prix
- *O'Toole* : Agence de l'Année - Catégorie « Agences de taille moyenne »

### DIGITASLBI

- *Advertising Age* : classée dans les 10 *Standout Agencies*
- *OMMA* : Agence de l'Année : (pour la 4<sup>ème</sup> fois en 6 ans)
- *BtoB Magazine* : classée dans la liste des premières agences *Top Agency List* (8 fois en 9 ans)
- *Cannes Lions* : 3 distinctions qui incluent l'unique *Creative Effectiveness Lion* dans l'hémisphère occidental
- 12 *IAB MIXX Awards* dont 4 Or
- 3 *CLIO Awards* dont 1 Or
- 5 *Effie Awards* dont 2 Or
- 3 Prix *OMMA*
- 12 Prix *BMA Global ACE* dont 4 premières places (*First Place Awards*)
- 21 *W3 Prix*, dont 2 *Best in Show Awards* and 7 Or
- 6 Prix *CADM*
- 2 Grands Prix *Stratégies du Marketing Client*, dont 1 Or
- 2 *Indian Digital Media Awards* dont 1 Or

### LEO BURNETT

- 53 *Cannes Lions*
- Réseau de l'Année aux *AdFest*, *Dubai Lynx* et *MENA Cristal*
- Réseau le plus récompensé pour la quatrième année consécutive aux *International ADDY Awards*
- Réseau de l'Année pour la deuxième année de suite aux *YoungGuns*
- 2 *Best in Show* : catégorie *Design* et *Branded Entertainment* au *One Show*
- Leo Burnett a remporté le tout premier *D&AD White Pencil Award*

## MSLGROUP

Nommé **Meilleur Réseau de Conseil Corporate au monde** pour 2013 (*Best Corporate Consultancy in the World*, 2013).

## PUBLICIS HEALTHCARE COMMUNICATIONS GROUP (PHCG)

- Pour la 4<sup>ème</sup> année consécutive, *Advertising Age* a classé PHCG comme le premier réseau santé (US)
- Kathy Delaney, Co-Managing Director and Global Creative Chief Officer, Saatchi & Saatchi Wellness, nommée Présidente du jury lors de l'inauguration du *Cannes Lions Health*
- Digitas Health présent dans le classement du *Central Penn Business Journal* des meilleures sociétés où travailler
- Saatchi & Saatchi Health Spain nommée par *El Publicista* « Meilleure agence santé de l'Année »
- Digitas Health's President, CCO, Alexandra von Plato, Présidente et CCO de Digitas Health a été sélectionnée "2013 Woman of Distinction" par le *Philadelphia Business Journal*
- Malavika Harita, CEO de Saatchi & Saatchi Health Inde, a été la première femme à remporter le *Distinguished Alumni Award (DAA) 2013* du *Inden Institute of Management Bangalore*

Dans le domaine créatif en 2013, on peut citer les distinctions suivantes :

*Aspid, Big Bang, CLIO Healthcare, Creative Circle, DTC National, eHealthcare Leadership, The Global Awards, Grand Prix Empreintes, IPA Best of Health, Healthcare Businesswoman's Association (HBA) Rising Star, Medical Advertising Hall of Fame (MAHF) "Future Famers" Awards, MM&M Awards, The Pharmaceutical Marketing Society Digital Awards, Rx Club Show Awards, Web Health Awards.*

## PRODIGIOUS

- Grand Prix *Stratégies* et *Eurobest Argent* (Contenu de la Marque / Meilleur programme Non-Fiction) pour Nescafé *Really friends*
- 1 *Clio* Or (Effets visuels), 2 *Clios* Argent (Cinématographie et Direction)
- *New York Festival* : 2 Or (Cinématographie effets visuels) pour *L'Odysée* de Cartier
- 1 *Clio* Or (Effets visuels) and 4 *Clio* Or (Photographie) pour la campagne anniversaire « 75 ans de légende » de Ray-Ban

## PUBLICIS WORLDWIDE

- 42 *Cannes Lions* (7 Or, 9 Argent, 26 Bronze)
- 25 *Clio* (1 Grand Clio, 6 Or, 11 Argent, 6 Bronze)
- *Eurobest* : 50 Prix (8 Or, 24 Argent, 18 Bronze)
- *FIAP* : 8 Prix (3 Or, 2 Argent, 3 Bronze)
- *New York Festivals* : 24 Prix (10 Or, 9 Argent, 5 Bronze)
- *Cannes Lions* : Agence de l'Année - Duval Guillaume, Modem - Agence Créative de l'Année (pour la deuxième année consécutive)
- *Clio* : Marcel Worldwide Paris - 2013 Agence de l'Année
- *EPICA* : 22 Prix (1 Or, 11 Argent, 10 Bronze)
- *Effie China* : N°1 au classement

## RAZORFISH

La seule agence numérique à être nommée par *Advertising Age A-List* deux années de suite.

## ROSETTA

- *W3 Awards* : 1 Argent pour Lenovo, *General website*
- *Webawards* : 1 Argent pour un site web exceptionnel (Lenovo)
- *Creativity and Interactive Media Awards* : 1 Or
- *ADDY* : 1 Or
- *Horizon Interactive Awards* : 1 Or pour Publicité et sites web

## SAATCHI & SAATCHI

- 37 *Cannes Lions* (9 Or, 16 Argent, 12 Bronze)
- *FIAP* : 30 Prix dont 1 Grand Prix et 10 Or
- 18 *Clio* dont 6 Or, 8 Argent, 4 Bronze
- 37 *Effie* : 12 Or, 15 Argent, 10 Bronze
- Agence de l'Année : 9 Prix dans 7 pays (Argentine, Chine, République Tchèque, Malaisie, Philippines, Pologne, Puerto Rico)
- 10 Grand Prix dans 7 pays (Toyota, Pampers, Coordown, United Way, Fund B92 and Andes Beer)

## STARCOM MEDIAVEST GROUP (SMG)

Classé **premier réseau** pour ses activités globales pour la troisième année consécutive par *RECMA*, SMG est aussi classé :

- N°1 aux Etats-Unis
- N°1 en Chine
- N°1 dans les marchés émergents
- N°2 en Amérique latine

Avec 525 distinctions, SMG a connu l'année la plus exceptionnelle de son histoire avec une augmentation de 62%.

- **11 prix « Agence et Réseau de l'Année »** (le double des prix remportés l'année précédente)
- 24 *Cannes Lions*
- 35 Prix *Festival of Media*

*Follow2Unfollow* de Puerto Rico est la campagne la plus primée de toutes les campagnes jamais présentées par un réseau media à Cannes, remportant 4 *Lions* en Media, Promo, PR en particulier. SMG a également été primé au *FOM LatAm*, *FOM Global*, *El Ojo de Iberoamerica* et au *Internationalist*.

## VIVAKI

AOD a remporté le prix dans la catégorie « Agence » pour l'utilisation innovante de data à la compétition inaugurale *eXelate Data excellence Awards*.

## ZENITHOPTIMEDIA

En 2013, ZenithOptimedia a remporté plus de 80 prix dans des compétitions internationales, régionales ainsi que lors d'événements nationaux majeurs.

ZenithOptimedia a été reconnu pour d'exceptionnelles campagnes media dans 38 pays dans le monde.

Le réseau a remporté des distinctions Or ou parmi les plus renommées dans 14 pays, avec de beaux succès en France, au Royaume-Uni, en Chine et à Singapour.

L'équipe internationale de ZenithOptimedia a reçu le Premier Prix international pour la campagne media anti-tabac dans 27 marchés.

Au-delà de ces quelques exemples, des centaines de prix sont régulièrement décernés aux agences de Publicis Groupe, partout dans le monde et dans de nombreux domaines de compétences. Ces distinctions attestent de la qualité des équipes, de leur engagement et de leur talent essentiel au développement futur du Groupe.

## COMMUNIQUES DE PRESSE 2013

- 02-01-2013 Publicis Groupe S.A. - Acquisition d'actions de LBi International N.V.
- 10-01-2013 Bilan semestriel du contrat de liquidité de la société PUBLICIS GROUPE avec la Société CA Cheuvreux.
- 15-01-2013 Succès de l'Offre Publique d'Achat recommandée de Publicis S.A. sur LBi : offre déclarée inconditionnelle.
- 29-01-2013 Publicis Groupe S.A. -résultat final de l'Offre Publique d'Achat sur LBi.
- 05-02-2013 Publicis Groupe crée un réseau mondial leader en communication numérique : fusion de Digitas. et LBi, deux acteurs mondiaux au savoir-faire inégalé.
- 14-02-2013 Résultats annuels 2012
- 15-02-2013 Publicis Groupe annonce avoir acquis auprès de Dentsu près de 3,9 millions de ses propres actions.
- 11-03-2013 Publicis Groupe fait l'acquisition de Convonix, l'agence de marketing et conseil numérique multi-services leader en Inde.
- 12-04-2013 Mise à disposition du Document de Référence
- 15-04-2013 Revenu du 1<sup>er</sup> trimestre 2013 supérieur aux objectifs du Groupe
- 17-04-2013 Publicis Groupe : nouveau plan de co-investissement pour 200 dirigeants-clés
- 18-04-2013 Publicis Groupe acquiert Neev, important prestataire indien de services logiciels.
- 19-04-2013 Tom Adamski nommé CEO de Rosetta.
- 23-04-2013 A l'occasion de son Investor Day, Publicis Groupe présente un nouveau modèle d'agence de publicité et d'ambitieux objectifs de croissance sur cinq ans.
- 25-04-2013 Elisabeth Ardaillon-Poirier rejoint Publicis Groupe en qualité de Senior Vice President.  
Anne-Gabrielle Heilbronner est promue Secrétaire Général de Publicis Groupe.
- 02-05-2013 190 dirigeants-clés de Publicis investissent 44,7 M€ dans leur groupe.
- 05-07-2013 Europe 2013 : un continent à la dérive. Une étude de Publicis Groupe sur l'Europe et la sortie de crise
- 29-05-2013 Publicis Groupe – Assemblée Générale Mixte
- 07-06-2013 Descriptif du programme de rachat d'actions autorisé par l'Assemblée générale mixte ordinaire et extraordinaire du 29 mai 2013.
- 02-07-2013 Publicis Groupe acquiert Bosz Digital, société de production numérique.
- 04-07-2013 Bilan semestriel du contrat de liquidité de la société Publicis Groupe
- 10-07-2013 Publicis Groupe acquiert Net@lk, agence chinoise leader dans les médias sociaux.
- 15-07-2013 Initiative stratégique de Publicis Groupe : investissement de 15 millions de dollars dans Jana, entreprise spécialisée dans le mobile
- 18-07-2013 Résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2013
- 19-07-2013 Publicis Groupe et AOL Inc. vont signer un partenariat stratégique et créent, à l'échelle mondiale, une offre de publicité en ligne en temps réel.
- 19-07-2013 Publicis Groupe nomme Pete Stein CEO de Razorfish Worldwide.

- 26-07-2013 Mise à disposition du Rapport Financier Semestriel 2013
- 28-07-2013 Omnicom et Publicis Groupe annoncent leur fusion.
- 14-08-2013 Publicis Groupe acquiert Engauge Marketing, agence américaine de services numériques.
- 29-08-2013 Publicis Groupe acquiert Espalhe, agence brésilienne de marketing numérique et de RP.
- 05-09-2013 Publicis Groupe acquiert TPM Communications, l'une des meilleures agences canadiennes numérique, événementiel et vidéo.
- 12-09-2013 Publicis Groupe acquiert l'agence Zenith Romania.
- 19-09-2013 Publicis Groupe annonce l'acquisition de Poke, agence numérique phare du Royaume-Uni.
- 19-09-2013 Ajustement de la parité d'exercice des BSA et confirmation de la période d'exercice
- 23-09-2013 Jean-Marie Pivard rejoint Publicis Groupe en qualité de Directeur de l'Audit interne et la Gestion des Risques.
- 24-09-2013 Publicis Groupe lance Prodigious, brand logistics™, une offre de production de contenus de marques spécialement conçue pour répondre aux enjeux du paysage médiatique actuel.
- 25-09-2013 Assemblée des porteurs d'ORANE. Remboursement anticipé des ORANE. Ajustement de la parité des ORANE
- 01-10-2013 Publicis Groupe renforce sa présence en Roumanie avec l'acquisition de participations majoritaires dans les agences affiliées.
- 07-10-2013 Publicis Groupe nomme Arthur Sadoun Chief Executive Officer de Publicis Worldwide.
- 10-10-2013 L'Assemblée des porteurs d'ORANE approuve à l'unanimité le projet de fusion entre Publicis et Omnicom et autorise certaines modifications du contrat d'émission.
- 21-10-2013 Omnicom et Publicis Groupe organisent leur première réunion commune de management.
- 22-10-2013 Publicis Groupe accélère sa croissance en Inde avec l'acquisition de Beehive Communications.
- 28-10-2013 Publicis Groupe acquiert Interactive Solutions, l'une des principales agences numériques de Pologne.
- 30-10-2013 Publicis Groupe consolide son expertise numérique dans la communication santé.
- 30-10-2013 Ajustement du ratio d'attribution des OCEANE et confirmation de la période d'exercice
- 01-11-2013 Omnicom et Publicis Groupe annoncent l'expiration du délai d'examen prévu par le Hart-Scott-Rodino Act aux Etats-Unis.
- 07-11-2013 Publicis Groupe acquiert ETO, l'un des leaders français du CRM et de la data.
- 28-11-2013 Publicis Groupe acquiert 75,1% de Walker Media.
- 03-12-2013 Publicis Groupe acquiert « Synergize », l'une des grandes agences sud-africaines de marketing numérique.
- 09-12-2013 Publicis Groupe enrichit son expertise santé – Acquisition de Verilogue Inc.
- 09-12-2013 Obligations 1%, échéance 18 janvier 2018, à option de conversion en actions nouvelles et/ou d'échange en actions existantes de Publicis – Amortissement anticipé au gré des porteurs
- 20-12-2013 Remboursement anticipé des Obligations 1%, échéance 18 janvier 2018, à option de conversion en actions nouvelles et/ou d'échange en actions existantes de Publicis
- 23-12-2013 Lagardère Active devient l'unique actionnaire de Régie 1, la régie publicitaire d'Europe 1.

## DEFINITIONS

**Dette nette** : la dette financière nette (ou dette nette) est égale à la somme des dettes financières long et court terme et des dérivés de couverture associés, déduction faite de la trésorerie et des équivalents de trésorerie.

**Dette nette moyenne** : moyenne annuelle des dettes nettes moyennes mensuelles.

**New Business net** : cette donnée n'est pas issue du reporting financier mais résulte d'une estimation des investissements publicitaires média annualisés sur les budgets gagnés (nets des pertes) de clients nouveaux ou existants.

**Marge Opérationnelle** : la marge opérationnelle est égale au revenu après déduction des charges de personnel, autres charges opérationnelles (hors autres produits et charges non courants) et dotations aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions).

**Taux de marge opérationnelle** : le taux de marge opérationnelle, qui est égal à la marge opérationnelle exprimée en pourcentage du revenu, est un indicateur suivi par le Groupe dans le but de mesurer la performance des unités génératrices de trésorerie et du Groupe dans son ensemble.

### Calcul de la Croissance Organique 2013

(millions EUR)	Année	T4	30 Septembre (9 mois)	Impact des taux de change par devise (millions EUR)			
					Année	T4	30 Sept (9 mois)
Revenu 2012	6 610	1 899	4 711				
Impact des taux de change	(237)	(89)	(148)	GBP	(21)	(5)	(16)
Revenu 2012 au taux de change 2013 (a)	6 373	1 810	4 563	USD	(98)	(36)	(62)
Revenu 2013 avant acquisitions <sup>(1)</sup> (b)	6 538	1 823	4 715	Autres	(118)	(48)	(70)
Revenu des acquisitions <sup>(1)</sup>	415	104	311	<b>Total</b>	<b>(237)</b>	<b>(89)</b>	<b>(148)</b>
Revenu 2013	6 953	1 927	5 026				
<b>Croissance organique (b/a)</b>	<b>+2,6%</b>	<b>+0,7%</b>	<b>+3,3%</b>				

(1) Acquisitions (Webformance Saint Briec, Indigo, Flip, King Harvests, UBS, Pixelpark, Longtuo, BBR, BBH, Neogama, CNC, Webformance Bordeaux, AR Media, Arachnid, Resultrix, Webformance Spain, Diplomatic Cover, Grita, Istrat, Outside Line, Bromley, Monterosa, Rokkan, LBi, Blue Parrot, Market Gate, Taterka, Convonix, Netalk, Neev, BosZ, Espalhe, Engauge, Poke, TPM, ZO Romania, Jana, Interactive Solutions, ETO, Heartbeat, Verilogue, Synergize, Walker Media, Beehive, Prima, ZO South Africa, Lighthouse, Polarix, Owen Kessel) nettes des cessions.

(2) Taux de change moyen 2013 : 1 EUR = 1.3277 USD    Taux de change moyen 2012 : 1 EUR = 1.2849 USD  
1 EUR = 0.8491 GBP    1 EUR = 0.8108 GBP



## Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)

	2013	2012*	2011*
<b>Revenu</b>	<b>6 953</b>	<b>6 610</b>	<b>5 816</b>
Charges de personnel	(4 330)	(4 078)	(3 617)
Autres charges opérationnelles	(1 396)	(1 344)	(1 167)
<b>Marge opérationnelle avant amortissements</b>	<b>1 227</b>	<b>1 188</b>	<b>1 032</b>
Dotations aux amortissements (hors incorporels liés aux acquisitions)	(120)	(126)	(103)
<b>Marge opérationnelle</b>	<b>1 107</b>	<b>1 062</b>	<b>929</b>
Dotations aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(49)	(45)	(38)
Pertes de valeur	(4)	(11)	-
Autres produits et charges non courants	69	39	21
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>1 123</b>	<b>1 045</b>	<b>912</b>
Charges financières	(46)	(71)	(89)
Produits financiers	20	41	33
<b>Coût de l'endettement financier net</b>	<b>(26)</b>	<b>(30)</b>	<b>(56)</b>
Autres charges et produits financiers	5	(2)	(2)
<b>Résultat avant impôt des entreprises consolidées</b>	<b>1 102</b>	<b>1 013</b>	<b>854</b>
Impôt sur le résultat	(298)	(279)	(246)
<b>Résultat net des entreprises consolidées</b>	<b>804</b>	<b>734</b>	<b>608</b>
Quote-part dans les résultats des mises en équivalence	5	25	17
<b>Résultat net</b>	<b>809</b>	<b>759</b>	<b>625</b>

Dont :

- Résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	17	27	29
<b>- Résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe</b>	<b>792</b>	<b>732</b>	<b>596</b>

### Données par action (en euros) – Résultat net attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe

Nombre d'actions	215 516 919	201 032 235	202 547 757
Bénéfice net par action	3,67	3,64	2,94
Nombre d'actions – dilué	224 430 805	224 143 700	237 066 159
Bénéfice net par action – dilué	3,54	3,34	2,63

\* En application d'IAS19, les chiffres 2012 et 2011 ont été retraités

## Etat de résultat global consolidé

<i>(en millions d'euros)</i>	<b>2013</b>	<b>2012*</b>	<b>2011*</b>
<b>Résultat net de la période (a)</b>	<b>809</b>	<b>759</b>	<b>625</b>
<b>Eléments du résultat global qui ne seront pas reclassés en résultat</b>			
- Gains (et pertes) actuariels sur régime à prestations définies	26	(30)	(46)
- Impôts différés relatifs aux éléments du résultat global qui ne seront pas reclassés en résultat	(12)	6	15
<b>Eléments du résultat global susceptibles d'être reclassés en résultat</b>			
- Réévaluation des titres disponibles à la vente	(26)	4	(3)
- Ecart de conversion de consolidation	(249)	(61)	49
- Impôts différés relatifs aux éléments susceptibles d'être reclassés en résultat	3	-	-
<b>Total des autres éléments du résultat global (b)</b>	<b>(258)</b>	<b>(81)</b>	<b>15</b>
<b>Résultat global de la période (a) + (b)</b>	<b>551</b>	<b>678</b>	<b>640</b>
<b>Dont :</b>			
- Résultat global de la période attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	11	24	29
- Résultat global de la période attribuable aux propriétaires de la société mère du Groupe	540	654	611

\* En application d'IAS19, les chiffres 2012 et 2011 ont été retraités

## Bilan consolidé

(en millions d'euros)	31 décembre 2013	31 décembre 2012*	31 décembre 2011*
<b>Actif</b>			
Écarts d'acquisition nets	6 123	5 667	5 207
Immobilisations incorporelles nettes	939	982	985
Immobilisations corporelles nettes	513	506	496
Impôts différés actifs	127	97	82
Titres mis en équivalence	28	23	43
Autres actifs financiers	121	242	113
<b>Actifs non courants</b>	<b>7 851</b>	<b>7 517</b>	<b>6 926</b>
Stocks et en-cours de production	307	342	343
Clients et comptes rattachés	6 994	6 841	6 446
Autres créances et actifs courants	517	591	561
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 442	1 314	2 174
<b>Actifs courants</b>	<b>9 260</b>	<b>9 088</b>	<b>9 524</b>
<b>Total de l'actif</b>	<b>17 111</b>	<b>16 605</b>	<b>16 450</b>
<b>Passif</b>			
Capital	86	84	77
Réserves consolidées, part du Groupe	5 008	4 530	3 823
<b>Capitaux propres attribuables aux propriétaires de la société mère du Groupe</b>	<b>5 094</b>	<b>4 614</b>	<b>3 900</b>
Participations ne donnant pas le contrôle	38	44	33
<b>Total capitaux propres</b>	<b>5 132</b>	<b>4 658</b>	<b>3 933</b>
Dettes financières à plus d'un an	538	730	1 460
Impôts différés passifs	295	238	241
Provisions à long terme	368	464	483
<b>Passifs non courants</b>	<b>1 201</b>	<b>1 432</b>	<b>2 184</b>
Fournisseurs et comptes rattachés	8 636	8 249	7 745
Dettes financières à moins d'un an	322	379	838
Dettes d'impôts sur les sociétés	31	65	66
Provisions à court terme	139	166	137
Autres dettes et passifs courants	1 650	1 656	1 547
<b>Passifs courants</b>	<b>10 778</b>	<b>10 515</b>	<b>10 333</b>
<b>Total du passif</b>	<b>17 111</b>	<b>16 605</b>	<b>16 450</b>

\* En application d'IAS19, les chiffres 2012 et 2011 ont été retraités

## Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	2013	2012*	2011*
<b>Flux de trésorerie liés à l'activité</b>			
Résultat net	809	759	625
Neutralisation des produits et charges calculés :			
Impôt sur le résultat	298	279	246
Coût de l'endettement financier net	26	30	56
Moins-values (plus-values) de cession d'actifs (avant impôt)	(68)	(38)	(19)
Dotations aux amortissements et pertes de valeur sur immobilisations corporelles et incorporelles	173	182	141
Charges calculées liées aux stock-options et assimilés	40	26	26
Autres produits et charges calculés	2	(1)	5
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	(5)	(25)	(17)
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	4	8	14
Impôt payé	(244)	(306)	(212)
Intérêts financiers payés	(42)	(61)	(80)
Intérêts financiers encaissés	31	24	29
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité <sup>(1)</sup>	355	155	75
<b>Flux net de trésorerie générés par l'activité (I)</b>	<b>1 379</b>	<b>1 032</b>	<b>889</b>
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement</b>			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(126)	(123)	(116)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	3	3	4
Acquisitions nettes d'immobilisations financières	49	(120)	13
Acquisitions de filiales	(686)	(369)	(728)
Cessions de filiales	7	-	28
<b>Flux net de trésorerie liés aux opérations d'investissement (II)</b>	<b>(753)</b>	<b>(609)</b>	<b>(799)</b>
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations de financement</b>			
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(108)	(119)	(129)
Dividendes versés aux participations ne donnant pas le contrôle	(22)	(31)	(14)
Encaissements provenant de nouveaux emprunts	1	16	77
Remboursement des emprunts	(102)	(546)	(29)
Rachats de participations ne donnant pas le contrôle	(102)	(30)	(11)
(Achats)/Ventes nets d'actions propres et de BSA	(72)	(566)	51
<b>Flux net de trésorerie liés aux opérations de financement (III)</b>	<b>(405)</b>	<b>(1 276)</b>	<b>(55)</b>
<b>Incidence des variations de taux de change (IV)</b>	<b>(125)</b>	<b>(7)</b>	<b>(17)</b>
<b>Variation de la trésorerie consolidée (I + II + III + IV)</b>	<b>96</b>	<b>(860)</b>	<b>18</b>
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 1 <sup>er</sup> janvier	1 314	2 174	2 164
Soldes créditeurs de banques au 1 <sup>er</sup> janvier	(28)	(28)	(36)
<b>Trésorerie à l'ouverture (V)</b>	<b>1 286</b>	<b>2 146</b>	<b>2 128</b>
Trésorerie et équivalents de trésorerie au 31 décembre (note 18)	1 442	1 314	2 174
Soldes créditeurs de banques au 31 décembre (note 22)	(60)	(28)	(28)
<b>Trésorerie à la clôture (VI)</b>	<b>1 382</b>	<b>1 286</b>	<b>2 146</b>
<b>Variation de la trésorerie consolidée (VI – V)</b>	<b>96</b>	<b>(860)</b>	<b>18</b>
<i>(1) Détail de la variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité</i>			
Variation des stocks et en-cours de production	34	41	(6)
Variation des créances clients et autres créances	(305)	(426)	(267)
Variations des dettes fournisseurs, autres dettes et provisions	626	540	348
<b>Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité</b>	<b>355</b>	<b>155</b>	<b>75</b>

\* En application d'IAS19, les chiffres 2012 et 2011 ont été retraités

## Tableau de variation des capitaux propres consolidés

Nombre d'actions en circulation	(en millions d'euros)	Capital social	Réserves liées au capital	Réserves et résultats consolidés	Réserve de conversion	Réserve de juste valeur	Capitaux propres attribuables aux propriétaires de la société mère	Participations ne donnant pas le contrôle	Total capitaux propres
182 371 070	31 décembre 2010*	77	2 432	809	(88)	133	3 363	21	3 384
	Résultat net			596			596	29	625
	Autres éléments du résultat global nets d'impôts			(31)	49	(3)	15	-	15
	<b>Total des produits et charges de la période</b>	-	-	<b>565</b>	<b>49</b>	<b>(3)</b>	<b>611</b>	<b>29</b>	<b>640</b>
1 712 704	Augmentation de capital de Publicis Groupe SA et annulation d'actions propres	-	47	(47)			-		-
	Dividendes			(129)			(129)	(14)	(143)
	Rémunérations fondées sur des actions nets d'impôts			25			25		25
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(8)			(8)		(8)
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat de participations ne donnant pas le contrôle			(13)			(13)	(3)	(16)
1 912 289	Achats/Ventes d'actions propres			51			51		51
185 996 063	31 décembre 2011*	77	2 479	1 253	(39)	130	3 900	33	3 933
	Résultat net			732			732	27	759
	Autres éléments du résultat global nets d'impôts			(24)	(58)	4	(78)	(3)	(81)
	<b>Total des produits et charges de la période</b>	-	-	<b>708</b>	<b>(58)</b>	<b>4</b>	<b>654</b>	<b>24</b>	<b>678</b>
(9 197 684)	Augmentation de capital de Publicis Groupe SA et annulation d'actions propres	(4)	(334)	(47)			(385)		(385)
	Dividendes			(119)			(119)	(31)	(150)
	Rémunérations fondées sur des actions nets d'impôts			39			39		39
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(8)			(8)		(8)
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat de participations ne donnant pas le contrôle			20			20	18	38
25 900 629	Conversion de l'Océane 2014	11	706	(23)			694		694
(3 495 358)	Achats/Ventes d'actions propres			(181)			(181)		(181)
199 203 650	31 décembre 2012*	84	2 851	1 642	(97)	134	4 614	44	4 658
	Résultat net			792			792	17	809
	Autres éléments du résultat global nets d'impôts			14	(240)	(26)	(252)	(6)	(258)
	<b>Total des produits et charges de la période</b>			<b>806</b>	<b>(240)</b>	<b>(26)</b>	<b>540</b>	<b>11</b>	<b>551</b>
1 562 129	Augmentation de capital de Publicis Groupe SA	1	(47)	46			-		-
1 361 502	Dividendes		70	(178)			(108)	(22)	(130)
292 076	Rémunérations fondées sur des actions nets d'impôts			61			61		61
	Intérêts complémentaires sur Oranes			(20)			(20)		(20)
	Effet des acquisitions et des engagements de rachat de participations ne donnant pas le contrôle			(20)			(20)	5	(15)
2 798 937	Conversion Bon de Souscription d'Actions	1	83				84		84
2 096 233	Conversion de l'Océane 2018			100			100		100
(727 265)	Achats/Ventes d'actions propres			(157)			(157)		(157)
206 587 262	31 décembre 2013	86	2 957	2 280	(337)	108	5 094	38	5 132

\* En application d'IAS19, les chiffres 2012 et 2011 ont été retraités

## Bénéfice net par action

### Bénéfice net par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)		2013	2012 <sup>(1)</sup>	2011 <sup>(1)</sup>
<b>Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA</b>				
Résultat net part du Groupe	a	792	732	596
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Economies de frais financiers liées à la conversion des instruments de dettes, nettes d'impôt <sup>(3)</sup>		2	17	27
Résultat net part du Groupe – dilué	b	794	749	623
<b>Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA</b>				
Nombre d'actions moyen composant le capital social		211 342 272	195 194 484	191 738 061
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)		(11 774 690)	(11 345 668)	(7 935 852)
Actions à remettre en remboursement des Oranes		15 949 337	17 183 419	18 745 548
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	c	215 516 919	201 032 235	202 547 757
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>				
- Actions gratuites et stock-options dilutifs <sup>(2)</sup>		3 224 111	4 489 716	5 161 031
- Bons de Souscription d'Actions (BSA) <sup>(2)</sup>		3 146 474	1 390 663	893 900
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles <sup>(3)</sup>		2 543 301	17 231 086	28 463 470
Nombre d'actions - dilué	d	224 430 805	224 143 700	237 066 159

(en euros)

<b>Bénéfice net par action</b>	a/c	<b>3,67</b>	<b>3,64</b>	<b>2,94</b>
<b>Bénéfice net par action – dilué</b>	b/d	<b>3,54</b>	<b>3,34</b>	<b>2,63</b>

(1) En application d'IAS19, les chiffres 2012 et 2011 ont été retraités.

(2) Seuls les stock-options et BSA ayant un effet dilutif, c'est-à-dire dont le prix d'exercice est inférieur au cours moyen de l'exercice, sont pris en considération. En 2013, tous les stock-options (à l'exception de ceux attribués dans le cadre du plan de co-investissement 2013) et les BSA non encore exercés à la clôture de l'exercice ont un effet dilutif.

(3) Sur les trois années 2013, 2012 et 2011, les Océanes ont toutes un caractère dilutif et sont donc prises en compte dans le calcul du BNPA dilué.

A titre d'information, le bénéfice net par action 2013, calculé sur un résultat 816 M€, hors coûts de fusion (38 M€ avant impôts, soit 24 millions d'euros nets d'impôts), ressort à :

<b>Bénéfice net par action, hors coûts de fusion</b>	<b>3,79</b>
<b>Bénéfice net par action – dilué, hors coûts de fusion</b>	<b>3,64</b>

## Bénéfice net courant par action (de base et dilué)

(en millions d'euros, sauf les actions)	2013	2012 <sup>(1)</sup>	2011 <sup>(1)</sup>
<b>Bénéfice net retenu pour le calcul du BNPA courant <sup>(2)</sup></b>			
Résultat net part du Groupe	792	732	596
<i>Éléments exclus :</i>			
- Amortissement des incorporels liés aux acquisitions, net d'impôt	30	28	23
- Perte de valeur, nette d'impôt	3	8	-
- Principales plus (moins) values nettes de cession et d'ajustement de juste valeur (prise de contrôle), nets d'impôt	(52)	(58)	(18)
- Réévaluation des earn-out	(5)	(9)	(4)
- Coûts de fusion Publicis/Omnicom, nets d'impôt	24		
Résultat net courant part du Groupe	e 792	701	597
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Economies de frais financiers liés à la conversion des instruments de dette, nettes d'impôt	2	17	27
Résultat net courant part du Groupe – dilué	f 794	718	624
<b>Nombre d'actions retenu pour le calcul du BNPA</b>			
Nombre d'actions moyen composant le capital social	211 342 272	195 194 484	191 738 061
Actions propres à déduire (moyenne sur l'exercice)	(11 774 690)	(11 345 668)	(7 935 852)
Actions à remettre en remboursement des Oranes	15 949 337	17 183 419	18 745 548
Nombre d'actions moyen retenu pour le calcul	c 215 516 919	201 032 235	202 547 757
<i>Impact des instruments dilutifs :</i>			
- Actions gratuites et stock-options dilutifs	3 224 111	4 489 716	5 161 031
- Bons de Souscription d'Actions (BSA)	3 146 474	1 390 663	893 900
- Actions résultant de la conversion des emprunts convertibles	2 543 301	17 231 086	28 463 470
Nombre d'actions – dilué	d 224 430 805	224 143 700	237 066 159

(en euros)

<b>Bénéfice net courant par action <sup>(2)</sup></b>	e/c	<b>3,67</b>	<b>3,49</b>	<b>2,95</b>
-------------------------------------------------------	-----	-------------	-------------	-------------

<b>Bénéfice net courant par action - dilué <sup>(2)</sup></b>	f/d	<b>3,54</b>	<b>3,20</b>	<b>2,63</b>
---------------------------------------------------------------	-----	-------------	-------------	-------------

(1) En application d'IAS19, les chiffres 2012 et 2011 ont été retraités.

(2) BNPA après élimination des pertes de valeur, de l'amortissement des incorporels liés aux acquisitions, des principales plus (moins)-values de cession et d'ajustement de juste valeur, de la réévaluation des earn-out et des coûts de fusion Publicis/Omnicom.